

DAFTAR PUSTAKA

- **Buku**

Abdullah, M. (2016). *Manajemen Komunikasi Periklanan* (1st). Yogyakarta: Aswaja Pressindo

Bajari, A. (2015), *Metode Penelitian Komunikasi Prosedur, Tren, dan Etika*, (1st). Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Budiman, K (2011). *Semiotika Visual Konsep, Isu, dan Problem Ikonisitas* (1st). Yogyakarta: JALASUTRA

Bungin, B. (2008), *Konstruksi Sosial Media Massa*, (1st). Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Ida, R. (2014), *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*, (1st). Jakarta: Prenada Media Group

Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (1st). Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Mulyana, D. Solatun. (2013). *Metode Penelitian Komunikasi* (3rd). Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Pujiyanto. (2013). *Iklan Layanan Masyarakat* (1st). Yogyakarta: ANDI OFFSET

Sobur, A. (2017). *Semiotika Komunikasi* (5th). Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Sunarto. (2011), *Mix Methodology Dalam Penelitian Komunikasi*, (1st). Yogyakarta: Mata Padi Pressindo

Supriyadi, Y. (2013). *Periklanan, Perspektif Ekonomi Politik* (1st). Bandung: Simbiosis Rekatama Media

- **Website**

Al-Hafizh, M. (2012). Pengertian Unit Analisis dalam Penelitian. Diambil dari: <http://www.referensimakalah.com/2012/09/pengertian-unit-analisis-dalam-penelitian.html>.

(Akses 6 Februari 2019)

- Ahazrina. (2017). 5 Jenis Metode Penelitian Kualitatif – Pendekatan dan Karakteristiknya. Diambil dari: <https://pakarkomunikasi.com/jenis-metode-penelitian-kualitatif>. (Akses 2 Februari 2019)
- Ali, U. (2015). Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif. Diambil dari: <http://www.pengertianpakar.com/2015/05/teknik-pengumpulan-dan-analisis-data-kualitatif.html>. (Akses 13 Februari 2019)
- Anggraeni, K. (2018). Transaksi E-Commerce Indonesia Tertinggi di Asia Tenggara. Diambil dari: <https://bisnis.tempo.co/read/1150204/transaksi-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-asia-tenggara>. (Akses 28 Januari 2019)
- Brian, R. (2018). Pengertian Iklan dan Contohnya, Tujuan, Ciri-Ciri, Syarat, dan Jenis-Jenis Iklan. Diambil dari: <https://www.maxmanroe.com/pengertian-iklan.html>. (Akses 28 Januari 2019)
- Herman. (2017). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Pendekatannya. Diambil dari: <https://pakarkomunikasi.com/paradigma-penelitian-kualitatif>. (Akses 2 Februari 2019)
- Hermansyah, B. (2018). Memalukan, BukaLapak Pasang Billboard 29 Oktober Hari Sumpah Pemuda. Diambil dari: <https://orbitdigitaldaily.com/memalukan-bukalapak-pasang-billboard-29-oktober-hari-sumpah-pemuda/>. (Akses 28 Januari 2019)
- Kurniawan, A. (2019). 4 Pengertian Semiotika Menurut Para Ahli Lengkap. Diambil dari: <https://www.gurupendidikan.co.id/4-pengertian-semiotika-menurut-para-ahli-lengkap/>. (Akses 28 Januari 2019)
- Kulsum, M. U. (2018). Menurut Para Ahli, Warna Pakaian Anda Ternyata Mengungkapkan Kepribadian, Lo!. Diambil dari: <https://intisari.grid.id/read/03109754/menurut-para-ahli-warna-pakaian-anda-ternyata-mengungkapkan-kepribadian-lo?page=all>. (Akses 26 Mei 2019)
- Hidayati, N. Mengapa Netizen Cenderung Kejam di Media Sosial? .Diambil dari: <https://kumparan.com/@kumparannews/mengapa-netizen-cenderung-kejam-di-media-sosial> (Akses 27 April 2019)
- Sakura. (2018). Jenis Iklan dan Kategori Iklan. Diambil dari: <http://sakura-advertising.com/jenis-iklan-dan-kategori-iklan/>. (Akses 11 Februari 2019)